

# Doprinos Katoličke crkve u razvoju vjerskoga turizma i njegove implementacije u sveukupnu turističku ponudu<sup>1</sup>

TOMISLAV KOROV\*

UDK: 261.6: 338.48

Pregledni članak

Primljeno:

7. prosinca 2013.

Prihvaćeno:

7. travnja 2014.

\* Mr. sc. Tomislav Korov, svećenik Đakovačko-osječke nadbiskupije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Opatija, Hrvatska, poslijediplomski sveučilišni doktorski studij »Menadžment održivoga razvoja«, Primorska 42, HR-51410 Opatija, [tomislav.korov1@sb.t-com.hr](mailto:tomislav.korov1@sb.t-com.hr)

**Sažetak:** Vjera je oduvijek bila važan segment ljudske civilizacije i uvelike je određivala njezine putove i dosege. U turističkom smislu, jedan od najstarijih motiva putovanja bila je upravo vjera. Razvoj tehnologije, pogotovo prometa, omogućilo je većem broju ljudi da putuje. Sama obilježja hodočašća i ono što prati hodočašće dovelo je do toga da se s vremenom formira nova pojava gospodarstva nazvana turizam. Unatoč golemom razvoju tehnike, tehnologije, znanosti, kao i općem napretku čovječanstva, koji je iz temelja promijenio način života ljudi, drevni vjerski motivi putovanja zadržali su se kod velikog broja ljudi i takva su putovanja našla svoje mjesto u složenom mehanizmu turističkih migracija, kao posebni interes turizma pod nazivom vjerski turizam. Hrvatska, kao zemlja koja obiluje povijesno i umjetnički izrazito vrijednim sakralnim objektima i već dobro posjećenim svetištima te kao pretežito kršćanska zemlja, ima velik potencijal za daljnje razvijanje vjerskoga turizma. Međutim iz niza političko-ideoloških i neznatstvenih razloga izostala je znanstvena i objektivna analiza razvoja vjerskoga turizma u Hrvatskoj. Predmet je istraživanja ovoga rada prikazati stav Katoličke crkve o vjerskom turizmu, te na osnovu nekih statističkih pokazatelja broja hodočasnika u Hrvatskoj ukazati na vrijednosti i bogatstvo resursa vjerskoga turizma u Hrvatskoj. Na će se kraju ponuditi jedna nova koncepcija odnosa prema vjerskom turizmu u nas, konkretnim prijedlogom razvoja vjerskoga turizma i njegove implementacije u sveukupnu turističku ponudu Hrvatske po principima održivog razvoja, a pri čemu bi se Crkvi trebala dati veća uloga moderatora razvoja vjerske ponude.

**Ključne riječi:** hodočašće, turizam, vjerski turizam, Katolička crkva, održivi razvoj.

<sup>1</sup> Ovaj rad bio je prihvaćen i predstavljen na međunarodnoj konferenciji »Hodočašća i sveta mjesta u središnjoj i istočnoj Europi: mjesta, politika i vjerski turizam«, u organizaciji Sveučilišta u Zadru, 27.-30. rujna 2012. g.

## 1. Uvod

Vjera je oduvijek bila važan segment ljudske civilizacije i uvelike je određivala njezine putove i dosege. U turističkom smislu, jedan od najstarijih motiva putovanja bila je upravo vjera. Razvoj tehnologije, pogotovo prometa, omogućio je većem broju ljudi da putuje. Sama obilježja hodočašća i ono što prati hodočašće dovelo je do toga da se s vremenom formira nova pojava gospodarstva nazvana turizmom. Unatoč golemom razvoju tehnike, tehnologije, znanosti, kao i općem napretku čovječanstva, koji je iz temelja promijenio način života ljudi, drevni vjerski motivi putovanja zadržali su se kod velikog broja ljudi i takva su putovanja našla svoje mjesto u složenom mehanizmu turističkih migracija, kao posebni interes turizma pod nazivom vjerski (religiozni) turizam. Hrvatska, kao zemlja koja obiluje povijesno i umjetnički izrazito vrijednim sakralnim objektima i već dobro posjećenim svetištima te kao pretežito kršćanska zemlja, ima velik potencijal za daljnje razvijanje vjerskoga turizma. Međutim, iz niza političko-ideoloških i neznanstvenih razloga izostala je znanstvena i objektivna analiza razvoja vjerskoga turizma u Hrvatskoj.

Stoga, jedan sustavan pristup resursima Republike Hrvatske kao turističkoga proizvođača, koji se ne ograničava samo na promociju primarne turističke ponude vezane uz »more i sunce«, hotelsko-ugostiteljsku ponudu, nego svojom širinom, također, zahvaća područje kulture, umjetnosti i povijesne baštine, jedini je način oblikovanja turističke ponude da bi se udovoljilo sve zahtjevnijem turističkom tržištu. U tom kontekstu bogata kulturna, povijesna i umjetnička sakralna baština Hrvatske predstavlja okosnicu one ponude koja ne samo da nadopunjuje elementarnu turističku ponudu, nego Hrvatsku predstavlja upravo nerazdjeljivoj cjelini srednje-europske kršćanske kulture.<sup>2</sup> No, uvijek postoje dvojbe kojim pravcem razvijati vjerski turizam u nas kako bi se polučili optimalni učinci takvoga razvoja.

Danas suvremeni trendovi u razvoju turizma okreću se od stacionarnoga tipa odmora uz more prema sadržajnim mobilnijim oblicima turizma u kojima vjerski turizam ima dominantnu ulogu.<sup>3</sup> Svjetski trendovi u turizmu već duži niz godina pokazuju da se ljudi odlučuju na putovanja dijelom i zato da bi iskusili nešto novo i jedinstveno, a sakralni objekti i sveta mjesta svojom kulturno-povijesnom i umjetničkom vrijednošću, kao i atmosferom koja ondje vlada i koja ih okružuje (ozračje mira), privlače veliki interes svih posjetitelja neke zemlje, ne samo onih vjerski motiviranih. Isto tako, nema razloga da svi oni posjetitelji koji dolaze na sveta mjesta kako bi obnovili i osnažili svoju vjeru, i pronašli duhovni mir, ne požele doživjeti

<sup>2</sup> Usp. B. VUKONIĆ, *Turizam i religija*, Školska knjiga, Zagreb, 1990., str. 104.-105.

<sup>3</sup> Usp. T. KOROV, *Model razvoja vjerskoga turizma u Hrvatskoj*, Magistarski znanstveni rad, Opatija, 2009., str. 103.

i druge čimbenike koje im destinacija u koju su došli pruža (uvid u kulturu, povijest, prirodne ljepote...). Stoga se može zaključiti kako su u modernom turizmu turisti postali dijelom hodočasnici koji tragaju za svojim nutarnjim mirom i duhovnim smislom, a hodočasnici dijelom turisti koji uza svoje traganje za duhovnim vrijednostima žele i očekuju da ih pri tomu prati komfor suvremenih turista.<sup>4</sup> U svim turistički receptivnim zemljama, pa i u Hrvatskoj, to predstavlja samo dodatan poticaj u osmišljavanju inovativne i integralne turističke ponude koja će posjetiteljima omogućiti nezaboravni, kako duhovni tako i ukupni doživljaj mjesta.

Kao zemlja koja obiluje povijesno i umjetnički izrazito vrijednim sakralnim objektima i već dobro posjećenim svetištima, Hrvatska ima velik potencijal za daljnje razvijanje vjerskoga turizma. Svakako, velik doprinos svemu tomu, a osobito u smjernicama razvoja vjerskoga i kulturnoga turizma, kao integralnoga dijela u sveukupnoj turističkoj ponudi Hrvatske, trebala bi dati Crkva kao glavni pokazatelj i nositelj razvoja vjerskoga turizma, jasno, uz potporu Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice, kao i Ministarstva kulture.

Iz tog razloga ovim radom nastojat će se iznijeti, iz govora papa i dokumenata Katoličke crkve, kakav je stav Katoličke crkve prema turizmu općenito, i to analizom konkretnih koncilskih i papinskih dokumenata, te posebnih skupova na kojima su se razmatrale određene teme vezane iz odnosa turizma i katoličanstva. Analizirat će se i razvojna strategija turizma Hrvatske te koliko je vjerski turizam uopće zastupljen u strateškim razvojnim planovima Hrvatske. Zatim će se prikazati konkretni sadržaji vjerske ponude i donijeti određene statistički podatci. I na kraju će se uputiti na optimalan model razvoja vjerskoga, ali i kulturnoga turizma koji će zadovoljiti osnovne izravne kvalitativne i kvantitativne, kako duhovno-teološke tako i ekonomske, sociološke i kulturološke pokazatelje učinkovitosti održivog razvoja te ukazati na važnost njegove implementacije u sveukupnu turističku ponudu.

## **2. Stav Katoličke crkve o turizmu**

Upravo rasprostranjenost, kompleksnost i raznolikost pojave migracije potaknula je Crkvu gotovo svih vjeroispovijedi da taj fenomen prouči iz različitih, ali prije svega sa svog gledišta i stalno predlaže dušobrižničke smjernice u skladu sa specifičnim potrebama raznih kategorija vjernika. U tomu se posebno ističe Katolička crkva. Razumljivo je da se socijalno-politička doktrina Katoličke crkve, kao uostalom i većine drugih Crkava, uvijek nastoji usklađivati s društveno-povijesnim kretanjima.

---

<sup>4</sup> Usp. W. TURNER, E. TURNER, *Image and Pilgrimage in Christian Culture*, Basil Blackwell, Oxford, 1978., str. 20.

U odnosu na turizam, za razliku odnosa Crkve prema nekim drugim pojavama, područjima i procesima u čovjekovu životu i razvoju, Katolička crkva gotovo je od samoga početka razvoja turizma bila sasvim benevolentna prema ovom fenomenu. Ili, da budemo precizniji, prema osnovnoj ideji i pojmu ovoga fenomena, ali ne i prema svim oblicima i načinima na koje se taj fenomen manifestirao na svojem razvojnem putu.

Ne može se zaniijekati da je u razvoju tog odnosa bilo određenih nesporazuma i odbijanja Crkve da prihvati, prije svega, određeno »slobodno« ponašanje turista – npr. nudizam i naturizam – a zatim i korištenje sakralnih objekata u profane, turističke svrhe. Turizam s izraženim negativnim posljedicama za manje razvijene sredine, od strane Crkve, optužen je za mnoga socijalna zla u tim sredinama, za prostituciju, za uništavanje tradicionalnih kulturnih i umjetničkih vrijednosti, za opću socijalnu i moralnu eroziju.<sup>5</sup> Svakako je u naglašavanju tih crnih, ponekad sivih posljedica razvoja turizma u zemljama u razvoju, Crkva malo pretjerala. To dokazuju brojni novi pokušaji da se ublaže ove ocjene, da se u turizmu nađu i pokoji pozitivni elementi, i da se sada s takvih pozicija krene u određenu reafirmaciju turizma kao faktora općeg društvenoga i ekonomskoga razvoja tih sredina.<sup>6</sup>

Ipak, Crkva se nastojala prilagoditi ovom fenomenu, a u novije vrijeme čak i preuzeti njegove osnovne vrijednosti za promicanje vlastite ideologije, pa se čak i nametnuti kao voditelj određenih turističkih aktivnosti. Tomu je u prilog išla činjenica da se turizam u svojoj ideologiji i u svom osnovnom biću ne suprotstavlja katoličkim ideološkim koncepcijama i viđenjima svijeta, pogotovo turističkoga svijeta, pa u tom smislu odnos barem katoličke Crkve prema turizmu ne nailazi na ozbiljnije zapreke. Ovakav će se stav Crkve pokušati dokazati sljedećom analizom koncilskih i papinskih dokumenata, koji govore o turizmu.

Analiza koncilskih i papinskih dokumenata, koji izravno ili sporedno govore o turizmu, te iz organiziranih posebnih skupova od strane crkvenih institucija na kojima su se razmatrale određene teme vezane za turizam, jasno ukazuje na prilagođavanje katoličke doktrine suvremenim uvjetima života.

Svoje prihvatanje turizma kao jedne od ravnopravnih pojava u životu suvremenoga čovjeka Katolička je crkva izrazila na tri temeljna načina:<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Usp. *Turizam zbližava narode*, radovi s I. pastoralnog simpozija u Zadru 1975. godine., Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1976., str. 50. i 74.

<sup>6</sup> Usp. SVETA KONGREGACIJA ZA KLER, Odsjek za dušobrižništvo turizma, *Opći direktorij za dušobrižništvo turizma*, Dokumenti 24, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1969., str. 9.-11.

<sup>7</sup> Usp. B. VUKONIĆ, *Turizam i religija*, str. 165.

- a) formiranjem posebnih institucija u okviru Crkve sa zadatkom da se bave određenim problemima vezanim uz turizam i turistička kretanja;
- b) stavovima i uputama vezanim uz turizam općenito, a onda i uz odnos religije i Crkve s jedne i turizma s druge strane, najčešće izrečenim u govorima papa i u različitim drugim crkvenim dokumentima;
- c) organiziranjem posebnih skupova (kongresa, simpozija, seminara, itd.), na kojima se razmatraju pojedini aspekti turizma i posljedice njegova razvoja, posebice sa stajališta Crkve i u odnosu na Crkvu.

## 2.1. INSTITUCIJE U OKVIRU CRKVE KOJE SE BAVE PROBLEMATIKOM VEZANOM UZ TURIZAM

Središnje organizacijsko tijelo, koje se bavi turizmom u krilu Katoličke crkve, jest *Pontificia Commissione per la Pastorale delle Migrazioni e del Turismo* (Papinska komisija za pastorizaciju migracija i turizma), koju je svojim apostolskim pismom od 19.3.1970. godine osnovao papa Pavao VI. Ova je komisija odmah započela s aktivnim radom, što se najprije očitovalo osnivanjem posebnoga časopisa (*On the Move*) koji prati zbivanja u turizmu, objašnjava njegovo značenje i daje njegovo teološko viđenje, kao i upute Crkve u vezi s turizmom. Druga značajna aktivnost ove Komisije jest organiziranje simpozija i drugih vrsta skupova s temom turizma.

Jednako važnim za institucionalizaciju Crkve u području turizma treba smatrati pismo pape Pavla VI., *Ecclesiae sancte*, o provedbi dekreta Drugoga vatikanskog koncila, prema kojemu svaka biskupska konferencija mora imenovati neko tijelo (komisiju, odbor) ili barem delegata za pastorizaciju turista. Tako je pastorizacija postala jedan od važni(ji)h zadataka organiziranoga nastupa Crkve u turizmu.

U rezultate Drugoga vatikanskog koncila svakako ulazi i osnivanje posebnih tijela u okviru Kongregacije za svećenike – Odbor za pastorizaciju turizma, s posebnim zadatkom u području pastorala. U većini katoličkih zemalja osnovane su nacionalne komisije za migracije i turizam, a takva je komisija osnovana i u nas, još u okviru Biskupske konferencije Jugoslavije, a koja danas djeluje u okviru Hrvatske biskupske konferencije.

## 2.2. STAVOVI I UPUTE VEZANE UZ TURIZAM, IZREČENE U GOVORIMA PAPA I U RAZLIČITIM CRKVENIM DOKUMENTIMA

Kad se govori o papinim pogledima i razmišljanjima o turizmu, onda prije svega valja naglasiti da i nema pape, u razdoblju poslije Drugoga svjetskog rata, koji nije uzgredno ili izravno govorio o turizmu. Sasvim marginalno turizam je prvi spominjao još papa Pijo XI., ali papa Pijo XII. prvi je od papa u 20. stoljeću koji je izričito govorio o turizmu i zauzimao stavove koji se mogu shvatiti kao službeni stav Crkve

o turizmu i o odnosu turizma i religije, odnosno Katoličke crkve prema turizmu. Svoje prvo viđenje turizma ovaj je papa izrekao 1952. godine (Disc. XIV., str. 39.-45.), a svoja je gledanja rezimirao u tri glavne teze:

- a) da turizam djeluje na usavršavanje psihičkoga i moralnoga lika čovjeka;
- b) da turizam djeluje na buđenje svijesti, na smanjivanje predrasuda o drugim ljudima, društvima i pojavama te na bolje razumijevanje među narodima;
- c) da turizam otvara mogućnosti »duhovnoga uzdizanja«.

No, već u ovim prvim službenim stavovima Crkve, izrečenim u istupima pape, čvrsto se stoji na stajalištu da turizam svojim razvojem donosi i mnoge opasnosti, od kojih neke mogu ozbiljno ugroziti i religiju.

Humane vrijednosti turizma naglašava i papa Ivan XXIII., ali u turizmu vidi priliku ne samo za upoznavanje među ljudima i narodima, nego i za kontemplaciju »koja u svakidašnjem životu ne dolazi dovoljno do izražaja«. Ivan XXIII. unosi u poglede Crkve i jedan novi moment: turizam omogućuje kulturno i svako drugo uzdizanje siromašnijih i manje obrazovanih kategorija stanovništva, kojima je turizam širom otvorio vrata istinskoga doživljaja drugih naroda, sredine, resursa. Time je ujedno osigurao uvjete za bolje međusobno razumijevanje među ljudima i narodima svijeta. Svjestan činjenice da je još uvijek golem broj onih koji se zbog različitih razloga ne mogu uključiti u turistička kretanja, papa Ivan XXIII. pledira za socijalizaciju turizma. U tomu vidi način da se prosvjećuju široke mase stanovništva, da se ljudi međusobno bolje razumiju, što pak vodi prema krajnjem cilju – osiguranju mira u svijetu. Papa Ivan XXIII. posebno se osvrnuo i na pastoral u turizmu kao na vrlo važnu vjersku instituciju, i u svom govoru s naslovom *Turizam i pastoral* (1963.) dao je prve izravne upute svećenstvu kako treba provoditi dušobrižništvo prema turistima.

Papa Pavao VI. dolazi u trenutku kad je masovni turizam već dobrobrano sebi prokrčio putove diljem svijeta. Zato su njegovi stavovi o turizmu precizniji i suvremeniji u shvaćanju da takav turizam dobiva sve veće značenje i važnost za čovječanstvo i Crkvu. Po tomu je Pavao VI. najprogresivniji papa, kad je riječ o turizmu. Među stavove, koje su do sada o turizmu izrekli prethodni pape i koji naglašavaju njegovu socijalnu dimenziju, papa Pavao VI. unio je i dodatnu tezu o šansi koju turizam pruža da bi se čovjek dokazao, ali i da bi pokazao više razumijevanja i ljubavi za druge i pružio »istinsko bratstvo«. Za njega je turizam dinamička i moderna pojava koja je danas »zauzela univerzalnu i karakterističnu sliku«. Papa Pavao VI. vidi vrijednost moderno shvaćenoga turizma na svim područjima ljudskoga života, pa zato traži od Crkve da se tim fenomenom bavi sustavno i kontinuirano. Posebno značenje vidi u pojavi pastoralna, ali ne bilo kakvoga pastoralna, već u konkretnim, di-



namičnim i inteligentnim programima pastoralala koji odgovaraju novim duhovnim potrebama čovjeka. Papa Pavao VI. zalagao se da se vjernike priprema za turizam, da ih se odgaja u krilima Crkve »za pametno prakticiranje turizma«. Osim u svojim govorima, papa Pavao VI. objavio je gledišta o turizmu u dvije svoje enciklike, *Populorum progresio* i *Evangelii nuntiandi*. Ovaj je papa proglasio i opći direktorij za pastorizaciju turizma. Turizmu se ovdje pridaje i ekleziološka dimenzija: Crkva je pozvana da bude vidljivi znak Boga na zemlji, otkupljenje Krista mora u njoj naći svoj produžetak, ona je pozvana da za njega svjedoči.<sup>8</sup>

Papa Ivan Pavao II., u okviru opće politike Crkve i davanja velikoga značenja laicima u promicanju vjere, posebno se zalaže za ulogu laika u turizmu. Za njega su laici za Crkvu izlaz iz teškoća koje ona ima u komuniciranju s vjernicima kad su na turističkom putovanju, odnosno kad provode svoj godišnji odmor daleko od svog prebivališta ili, čak, u stranoj zemlji.<sup>9</sup> Evidentne negativne posljedice, koje se u razvoju turizma pojavljuju na mnogim područjima života, posebno u zemljama u razvoju, navele su papu Ivana Pavla II. da u mnogim svojim govorima i poslanicama istakne ovo naličje turizma. U pogledu pak odnosa turizma i Crkve, papini su stavovi jasni: »Crkva ima šansu u turizmu jer radosna poruka Krista tu nalazi nove putove, gdje bi inače teško došla. Odmor čovjeka nije put u prazninu, nego put da se praznina ispuni«<sup>10</sup>, zaključuje papa Ivan Pavao II.

Od posebnih dokumenata Crkve o turizmu svakako na prvom mjestu valja spomenuti najvažniji među njima, *Opći direktorij za pastorizaciju turizma*.<sup>11</sup> Njega je 1969. godine odobrio papa Pavao VI. kao svojevrсну realizaciju ideja Drugoga vatikanskog koncila. U osnovnom dokumentu ovoga Koncila, *Gaudium et spes*, velika je važnost pridana temi »oblikovanja slobodnoga vremena«, u kojoj se preporučuje da se slobodno vrijeme modernoga čovjeka koristi za opuštanje, i za jačanje duhovnoga i tjelesnoga zdravlja, i »putovanjima u druge zemlje«.

Direktorij ima dva glavna djela – *Crkva i turizam* i *pastoralna djelatnost* – i zaključak. Crkva konstatira da novi oblik korištenja slobodnoga vremena donosi u čovjekov život mnoge promjene koje su u izravnom odnosu s dužnostima Crkve. Shvaćajući mnoge zamke koje turizam donosi na duhovnom planu, Crkva nastoji odrediti svoju ulogu. »Evangelizacija te nove 'socijalne pojave' našega stoljeća stvar je svega

<sup>8</sup> Usp. B. VUKONIĆ, *Nav. dj.*, str. 167.

<sup>9</sup> Usp. IVAN PAVAO II., *Kein Weg in Leere*, *L'Osservatore Romano*, izdanje na njemačkom jeziku, br. 30, Rim, 1980., str. 1.

<sup>10</sup> *Isto*, str. 1.

<sup>11</sup> Usp. SVETA KONGREGACIJA ZA KLER, *Opći direktorij za dušobrižništvo turizma*, (pod tim nazivom objavljen je hrvatski prijevod ovog direktorija), dokumenti 24, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1969.

Božjeg naroda, svećenika i laika, svakog prema njegovoj službi.«<sup>12</sup> Direktorij općenito govori o vrjednotama turizma, općem obrazovanju svećenika, uređenju pastoralne službe, bogoslužju u turističkim krajevima, a posebni dio posvećen je laicima čiji apostolat ima sve veću važnost u turizmu.

Direktorij izričito spominje i određene vrjednote turizma koje ta pojava u sebi uključuje. Pa tako iznosi kako turizam, ukoliko je ispravno shvaćen, može biti predznak jedinstva te čimbenik društvene preobrazbe i društvenoga uzdizanja, te općenito prema fenomenu turizma zauzima pozitivan stav, pri čemu navodi kako turizam može:<sup>13</sup>

- pridonijeti uzajamnom upoznavanju ljudi i razvijanju smisla za gostoprimstvo;
- smanjiti udaljenost među društvenim slojevima i među ljudskim rasama;
- prevladati odvojenost pojedinih naroda, ukoliko se njime uklanjaju zle predrasude u susretu civilizacija i kultura;
- predstavljati za mnoge narode jedan od najznačajnijih privrednih izvora i otvarati nove mogućnosti zaposlenja, smanjujući u nekim krajevima pojavu iseljavanja;
- poboljšavati tijek ujedinjavanja prema kojemu je usmjeren Božji narod.

Dalje, direktorij govori da turizam treba svakako smatrati čimbenikom oporavka ljudske osobe. On obnavlja duh i tijelo od iscrpljenosti koju uzrokuje rad i ritam svagdašnjega života: čovjek dokazuje svoju čežnju za slobodom i kretanjem te uspostavlja međusobne odnose u naročito ugodnim okolnostima, u okolnostima većega povjerenja i potpunije spremnosti za susret i dijalog.

Turizam, koji se razumno proživljava, vodi također nekom obliku samoodgoja i osobnoga upotpunjenja, naročito snagom svojega kulturnog utjecaja; on nije stoga neki bijeg ili obična razbibriga tek da se prekine jednoličnost života ispunjena radom, koja često ide na živce, nego pruža također i »dragocjeno obogaćenje čovjeka«. On unaprijeđuje osjećaj samostalnosti i poštivanja drugih ljudi, potiče sposobnost za udivljenje i zanimanje, a povrhu toga, ukoliko pogoduje smirivanju duha, razvija neke vidove osobnosti koji bi inače ostali zanemareni.

Međutim, direktorij upozorava da, kada čovjeku nedostaje zdrav čudoredni odgoj, polazeći u turizam postaje rastresen, izgubljen i užurban putnik, rob moćnih prometnih sredstava koja mu pruža sve veći tehnički napredak, površan, nesposoban za ljudski dijalog, neosjetljiv za prirodne ljepote i bogatstvo ljudske radinosti, po-

<sup>12</sup> Usp. *Turizam zbližava narode*, str. 50.

<sup>13</sup> Usp. SVETA KONGREGACIJA ZA KLER, *Opći direktorij za dušebrižništvo turizma*, str. 5.-6.



hlepnji tražitelj užitaka i niskih doživljaja, spreman da zlorabi ponuđeno mu gostoprimitstvo.<sup>14</sup>

Rezultat Drugoga vatikanskog koncila bila su dva posebna crkvena dokumenta, ***Christus Dominus***, dekret o zadacima biskupa u njihovoj brizi za strance i ***Apostolicam Actuositatem***, dekret o kršćanskim laicima, gdje se izravno navodi i njihova uloga u turizmu.<sup>15</sup>

### 2.3. ORGANIZIRANJE POSEBNIH SKUPOVA VEZANIH IZ ODNOSA TURIZMA I KATOLIČANSTVA

Treći, od prije navedena tri temeljna načina na koji se manifestira institucionalizirana briga Crkve za turizam, obuhvaća organiziranje posebnih skupova na kojima se razmatraju određene teme vezane uz turizam, odnosno teme iz odnosa turizma i katoličanstva. U Rimu je 1967. godine održan Prvi svjetski kongres o turizmu koji su zajednički organizirali Katolička crkva i Svjetska turistička organizacija (tada pod nazivom Međunarodno udruženje oficijelnih turističkih organizacija, UIO-OT), a samo dvije godine kasnije održan je i Drugi svjetski kongres. Prvi se kongres bavio temom »O duhovnim vrijednostima turizma«, a kongresu je prisustvovao i papa Pavao VI., koji je u uvodnom govoru naglasio interes Katoličke crkve za sve nove društvene pojave u svijetu, pa i za turizam, uz napomenu »da treba ukazivati na pozitivne i duhovne vrijednosti koje on sa sobom donosi«. Drugi je pak svjetski kongres bio posvećen pastoralu. Stavovi ovoga kongresa izneseni su u apostolskoj poslanici *Evangelii nuntiandi*.<sup>16</sup> Papa Ivan Pavao II., koji je prisustvovao radu ovoga kongresa, u svom se govoru ograničio na izazov koji turizam znači za instituciju pastoralu.

Od ostalih mnogobrojnih nacionalnih i međunarodnih skupova, koje je o turizmu organizirala Katolička crkva, navest ćemo ovdje samo nekoliko. To je, po kronologiji događaja, prije svih seminar Kršćanske konferencije Azije (1975.), koji je rezultirao poznatim preporukama iznesenim u *Kodeksu za putnike*, koji su kasnije koristile i mnoge druge organizacije. Zatim, to je Konferencija Švedske crkve (1981.) u Stockholmu i konferencija koja je održana u Vancouveru, u Kanadi, pod nazivom *Crkva i turizam* (1983.).

---

<sup>14</sup> Usp. *Isto*, str. 9.-11.

<sup>15</sup> Usp. DRUGI VATIKANSKI SABOR, *Christus Dominus. Dekret o pastirskoj službi biskupa u Crkvi* (28. X. 1965.), IV. izdanje, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1993. i DRUGI VATIKANSKI SABOR, *Apostolicam Actuositatem. Dekret o apostolatu laikâ* (18. XI. 1965.), IV. izdanje, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1993.

<sup>16</sup> *Evangelii nuntiandi*

Katolička crkva u nas još je u Jugoslaviji organizirala dva skupa posvećena problematici turizma. Prvi je održan u Zadru 1975. godine kao pastoralni simpozij pod nazivom *Turizam zbližava narode*.<sup>17</sup> Taj simpozij organiziran je u skladu s općim smjernicama koje je dala Crkva, tj. treba dobro analizirati pastoralne probleme koje je suvremeni turizam nametnuo Crkvi. Teme na ovom savjetovanju bile su nešto šire i obuhvatile su i druga područja interesa Crkve, kad je u pitanju turizam. To je i razumljivo s obzirom da se radilo o prvom značajnijem skupu te vrste u nas. Tako se govorilo i o globalnim teološkim pogledima na turizam, shvaćenim kao »teološko osvjetljavanje« fenomena turizma.

Drugi skup održan je u Dubrovniku 1977. godine kao Prvi međunarodni simpozij o pastorizaciji turizma. Uža tema ovoga skupa bila je *Obitelj i turizam*.<sup>18</sup> Obitelj je, prema općem kršćanskom učenju, uvijek predstavljala okosnicu religijskoga života, temeljnoga nositelja i promotora vjere, pa se zbog toga čini i sasvim razumljiva poruka sa spomenutoga simpozija da je »obitelj čuvarica duhovnih vrijednota u turizmu«.<sup>19</sup>

U sklopu takve svoje orijentacije Crkva je među svoje zadatke na području turizma ugradila i nastojanje da se organizira specijalističko školovanje svećeničkoga kadra i detaljnije upoznavanje s dužnostima u turizmu, prema turistima i prema lokalnom stanovništvu u turističkim destinacijama. »Posebnu odgovornost za pastoral turista snose krajevne crkve, odnosno biskupije, te mjesne crkve, odnosno župe... U njihovo ime trebaju djelovati u prvom redu njihovi pastiri, tj. biskupi i župnici, a onda svi ostali vjernici, prema svojim mogućnostima«<sup>20</sup>, poruka je I. pastoralnog simpozija o turizmu u Zadru 1975. godine.

Teologija ističe tezu da su slobodno vrijeme, odmor i putovanje otkriveni upravo u religiji, pa je logično da upravo slobodno vrijeme, odmor i putovanje postanu aktualne i nužne teme religijske pedagogije.

Prateći u Crkvi razna događanja u turizmu, iz godine u godinu, pogotovo smjernice i sugestije crkvenoga vrha, uočava se kako ona nastoji **prema fenomenu turizma imati stalno pozitivan odnos**, te potiče ljude da sami otkrivaju pozitivne vidove i

<sup>17</sup> Tekstovi ovoga simpozija objavljeni su u: *Turizam zbližava narode*, radovi s I. pastoralnog simpozija u Zadru 1975. godine, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1976.

<sup>18</sup> Tekstovi ovoga simpozija objavljeni su u: *Obitelj i turizam*, radovi s Drugoga međunarodnog simpozija o pastorizaciji turizma, Kršćanska sadašnjosti, Zagreb, 1979.

<sup>19</sup> E. CLARIZIO, *Obitelj*, osnovica duhovnih vrednota turizma, u: *Obitelj i turizam*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1979., str. 160.-175.

<sup>20</sup> *Turizam zbližava narode*, str. 74.

moćnosti koje se na tom području nude čovjeku i mogu mu poslužiti za rast u njegovu očovječenju, osobnom i društvenom, te ga u konačnici približiti Bogu.<sup>21</sup>

Iz ovoga kratkog prikaza bavljenja Crkve s problematikom turizma, možemo zaključiti kako su Crkva i teologija duboko ušli u srž i problematiku samoga turizma, čija iskustva smo slabo ili nikako koristili u razvoju turizma u Hrvatskoj. Djelomice, takvom stanju razlog nam je dobro poznat, radi stava društveno-političkih struktura u prijašnjoj državi Jugoslaviji prema Crkvi, a takav jedan mentalitet u znanstvenim, ali i u političkim strukturama bio se prenio i u novom društvenom-političkom uređenju našega društva u kojem se ljudi nisu mogli preko noći ostaviti svoga dojučerašnjeg stava i razmišljanja. Stoga je sada došlo vrijeme iskoristiti ove teološke spoznaje i saznanja, kako bismo proširili znanstvene vidike turizma i s teološkoga znanstvenog pogleda na turizam, te u jednom interdisciplinarnom kontekstu ekonomije, sociologije, kulturologije i teologije doprinijeli tako boljoj kvaliteti turizma, općenito.

### 3. Razvojna strategija hrvatskoga turizma

Od svoje samostalnosti do danas Hrvatska je imala dva strateška dokumenta turističkoga razvoja. Prvi je izrađen 1993. godine pod naslovom *Razvojna strategija hrvatskoga turizma*,<sup>22</sup> a drugi je, pod naslovom *Strategija razvoja hrvatskoga turizma do 2010. godine*,<sup>23</sup> objavljen 2003. godine. Promjene koje su se u međuvremenu dogodile na turističkom tržištu, kako na svjetskoj razini, tako i u relevantnom konkurentskom okružju, kao i niz drugih promjena koje obilježavaju život i rad ljudi na početku 21. stoljeća, nametnule potrebu kritičkoga propitivanja dobrih i manje dobrih učinaka dosadašnjega razvoja turizma u nas, kako bi se, na tim osnovama, mogle utvrditi nove razvojne smjernice, strateški razvojni ciljevi, odnosno mjere turističke politike u nastupajućem desetogodišnjem razdoblju.

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske stoga je pokrenulo inicijativu za izradu *Glavnoga plana i strategije razvoja turizma Republike Hrvatske*<sup>24</sup> kao krovna dokumenta kojim će se definirati razvoj turizma u Hrvatskoj u idućem planskom razdoblju.

---

<sup>21</sup> Usp. poruku porečko-pulskoga biskupa Ivana Milovana za nedjelju turizma, predsjednika Odbora Hrvatske biskupske konferencije za pastoral turizma, u: *Glas Koncila*, broj 19, 13. svibanja 2007., str. 2.

<sup>22</sup> Objavilo Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, u: *Narodne novine*, Klasa: 334-08/93-01/22, Urbroj: 529-01/93-1, Zagreb, 16.9.1993.

<sup>23</sup> Objavilo Ministarstvo turizma Republike Hrvatske kao finalnu verziju, Zagreb, 18. 9.2003.

<sup>24</sup> Usp. INSTITUT ZA TURIZAM, *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske*, Zagreb, 2012.

Na osnovi provedenoga ograničenog postupka javne nabave, Ministarstvo turizma RH izabralo je Institut za turizam kao najboljeg ponuđača za izradu *Glavnoga plana i strategije razvoja turizma RH*. Glavni plan i strategija razvoja turizma RH izrađuje se za razdoblje od sljedećih desetak godina, zaključno s 2020. godinom.

Nakon predviđenoga završetka izrade *Glavnoga plana i strategije razvoja turizma RH*, koncem 2012. godine, i njegova usvajanja od strane Ministarstva turizma RH, odnosno Vlade RH, ovaj bi dokument trebao biti usvojen i od strane Sabora RH, čime bi postao prva prava Strategija turističkoga razvitka Hrvatske, budući da bi provedba njenih zaključaka time postala obvezujuća i u formalno-pravnom smislu za sve imenovane nositelje.

*Glavni plan i strategija razvoja turizma RH*, pružajući okvir za koordinaciju i upravljanje aktivnostima različitih nositelja turističke politike i turističke aktivnosti, treba postaviti viziju, odnosno dati odgovor na pitanje kakav turizam Hrvatska želi razviti do kraja desetljeća.

Osnovni je cilj *Glavnoga plana i strategije razvoja turizma RH*, stoga, definirati strateški i operativni koncept razvoja turizma koji će osigurati proizvodne, institucionalne, organizacijske i ljudske pretpostavke za uspostavljanje trajne privlačnosti Hrvatske kao turističke destinacije i poboljšavanje njezine konkurentne sposobnosti na međunarodnom turističkom tržištu, omogućavajući kontinuirani rast blagostanja stanovnika Hrvatske i korištenje resursne osnove na načelima održivoga razvoja.

Vizija i posebni ciljevi razvoja hrvatskoga turizma postavljeni su u Izvještaju 8. *Glavnog plana i strategije razvoja turizma RH*, pod nazivom Razvojna vizija i ciljevi turističkoga razvoja.

Analizom prvih dvaju strateških dokumenata turističkoga razvoja Hrvatske, kao i najnovijega *Glavnog plana i strategije razvoja turizma RH*, došlo se do zaključka kako se u strateškom planiranju turističkoga razvoja vjerski turizam neuzima za ozbiljno, kao da je tek neka marginalna pojava u našem društvu i kao takva nebitna za sveopći razvoj hrvatskoga turizma. Istina, u drugom strateškom dokumentu turističkoga razvoja Hrvatske, spominje se vjerski turizam pod mogućnosti Hrvatske s obzirom na razvoj suvremenih tipova turizma u kojem se samo navodi kako Hrvatska ima potencijale za vjerski turizam,<sup>25</sup> dok u najnovijem *Glavnom planu i strategiji razvoja turizma RH*, vjerski se turizam izričito i ne spominje, već je po Glavnom planu i strategiji razvoja turizma uvršten pod jednu od šest osnovnih grupa turističkih proizvoda: *odmorišni turizam, poslovni turizam, zdravstveni turizam,*

<sup>25</sup> Usp. REPUBLIKA HRVATSKA, MINISTARSTVO TURIZMA, *Strategija razvoja hrvatskoga turizma do 2010. godine*, Finalna verzija, Zagreb, 2003., str. 11.

*avanturizam i sport, nautički turizam i kulturni turizam*. Svrstan je pod posljednju proizvodnu grupu **kulturni turizam** koji se grana na šest pojedinačnih proizvoda: 1. gradski turizam; 2. kulturne ture i touring; 3. događanja, festivali i manifestacije; 4. kultura života i rada; 5. gastronomija i enologijate 6., kao posljednji proizvod te grupe, vjerska su putovanja i hodočašća, što bi najvjerojatnije predstavljalo pod dosadašnjim pojmom vjerski turizam.<sup>26</sup>

Ovakva sistematizacija turizma ukazuje na nepostojanje sinergije između javnoga, društvenoga i crkvenoga, tj. vjerskoga sektora koje se odražava u nedovoljnoj prepoznatljivosti vrijednosti resursa vjerskoga turizma i nerazumijevanju problematike vezane za vjerski turizam općenito. Neshvatljiva je ovakva sistematizacija turizma u kojem se vjerski turizam promatra kao proizvod kulturnoga turizma i to pod nazivom vjerska putovanja i hodočašća. Kad se dobro znade kako je upravo vjera oduvijek bila važan segment kulture i uvelike je određivala njezine putove i dosege, stoga je nepošteno i nerazborito vjerska putovanja i hodočašća svrstavati kao proizvod kulture.

Iz glavnih planova strateških razvoja turizma Hrvatske lako se može shvatiti kako oni koji planiraju razvoj turizma u Hrvatskoj, još nisu uočili prave vrijednosti i bogatstvo resursa vjerskoga turizma u Hrvatskoj, te se s pravom može zaključiti kako Hrvatska premalo ulaže u razvoj vjerskoga turizma, premda mnogi pokazatelji govore o velikim potencijalima resursa za razvijanje vjerskoga turizma. Takvom stanju podjednako su odgovorne kako društveno političke strukture, tako i Crkva. Sve ovo ukazuje na to da se ovom problemu treba pristupiti u interdisciplinarnom kontekstu ekonomije, sociologije, kulturologije i teologije, te tako doprinijeli boljoj prepoznatljivosti vrijednosti vjerskoga turizma, što bi doprinijelo boljoj kvaliteti i održivosti turizma, općenito.

#### 4. Sadržaji vjerske ponude u turizmu

Vjerski turizam, kojemu se sve do danas nije dala prava važnost u strateškom razvoju turizma, ipak je sastavni dio opće turističke ponude Hrvatske. Nositelji turističkoga marketinga sakralnih resursa (*pod turističkim marketingom podrazumijeva se skup procesa pomoću kojih turistička destinacija ili pojedinci nude turistički proizvod, odnosno njegove sastavnice, potencijalnim kupcima*) danas su uglavnom turističke zajednice ili turistička poduzeća (putničke, turističke agencije, hoteli), a pomažu im i poneke vjerske zajednice.

---

<sup>26</sup> Usp. INSTITUT ZA TURIZAM, *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske*, Izvještaj, 1. pristup, ciljevi i način izvoženja, Zagreb, 2011., str. 14.-15.

Prema grubim kriterijima sadržaji vjerske ponude mogu se podijeliti na:<sup>27</sup>

- crkvene građevine (bogomolje, molitveni prostori, samostani, svetišta) i sakralno blago (umjetnine, slike, freske, mozaici, vrijedno liturgijsko posuđe i ruho, knjige i sl.);
- vjerske običaje, koji su povezani s posjetima značajnim svetištima ili mjestima duhovnoga ozračja i sadržaja, godišnjim svetkovinama i blagdanima te gastro ponudom.

Prikupljeni su uglavnom relevantni podatci za sve crkvene građevine u Hrvatskoj i oni su pohranjeni u župama i (nad)biskupijama. Po brojnosti crkvenih građevina Hrvatska neznatno zaostaje za vodećim državama u Europi, međutim zaostaje se u monumentalnosti. Prema određenim izvorima Hrvati su u svojoj povijesti sagradili više od 8000 crkava, crkvice i kapela.<sup>28</sup>

Za razliku od crkvenih zdanja i sakralnoga blaga, koji su statički dio ponude, vjerski su običaji njezin dinamički dio (dinamika u turizmu suzbija dosadu i čini boravak zanimljivim). Vjerski običaji bazirani su uglavnom na posjet značajnim svetištima ili mjestima koja žive intenzivnim vjerski životom.

Kontinuirani posjeti svetištima odvijaju se u sklopu redovite crkvene godine, prema predviđenom planu. Župe svoja hodočašća, kao i izlete za župne suradnike, organiziraju uglavnom nakon Uskrsa, u uskrsnom vremenu (to su mjeseci travanj, svibanj i lipanj), te u jesen, od mjeseca rujna pa sve do polovine studenoga. Ono čemu svakako treba posvetiti veću pozornost prilikom razvijanja vjerskoga turizma jest mogućnost da se ovim oblikom turizma nadvlada problem sezonskoga turističkog poslovanja i »popune rupe« u tzv. mrtvim razdobljima godine, što dovodi do produžetka i veće popunjenosti turističke predsezone i posezone u Hrvatskoj.

Vjerska potražnja intenzivirana je također u danima godišnjih svetkovina i blagdana, osobito onih koji se na razini države obilježavaju kao neradni (Uskrs, Tijelovo, Velika Gospa i Božić).

Osim velikih vjerskih razloga, karakterističan vid ponude jesu i crkvene i pučke svečanosti kojima se proslavlja svetac zaštitnik mjesta ili župe, u kojima se prezentira smotra običaja jednoga mjesta.

Vrlo je važan i nezanemariv segment ponude i gastronomija, vezana za određene svetkovine i liturgijska razdoblja crkvene godine. Specifičan način pripreme objeda

<sup>27</sup> Podjela autora članka.

<sup>28</sup> Podatci o broju izgrađenih crkava i kapela preuzeti iz: Crkvena statistika za 2000. godinu Ureda za crkvenu statistiku pri Tajništvu Hrvatske biskupske konferencije, Zagreb.



očituje se u vrijeme korizme (posta), Uskrsa i Božića, kao i za dane proslava svetaca zaštitnika nekog mjesta.

## **5. Statistički pokazatelji broja hodočasnika u Hrvatskoj (s posebnim osvrtom na poznatija marijanska svetišta u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji)**

Nažalost, mora se konstatirati kako se o broju hodočasnika ne vode relevantni statistički podatci. Ali, ako pogledamo činjenicu kako u Hrvatskoj ima preko **1570 župa** samo unutar Katoličke crkve, a iz života Crkve poznato nam je da svaka župa godišnje organizira minimalno barem jedno hodočašće svojih vjernika s jednim i više autobusa putnika (veće župne zajednice i tri do četiri puta), onda si barem donekle možemo stvoriti predodžbu o kojem se to broju vjernika-hodočasnika radi. Ako uzmemo nekakav prosjek da po župi na razna hodočašća odlaze oko dva autobusa vjernika, tada dolazimo do brojke od preko **150.000 vjernika, hodočasnika** koji se godišnje, organizirano preko župe ili putničke agencije, upute na neko veće hodočašće. Međutim, mora se priznati i činjenica da se barem isti broj hodočasnika organizira »na crno« od privatnih nepoznatih organizatora u razna svetišta, osobito u Međugorje, koje godišnje posjeti preko dva milijuna hodočasnika, a od kojih je također velik broj iz Hrvatske, koji nisu došli preko svojih župa ili putničkih agencija. Tako dolazimo do brojke od preko **300.000 hodočasnika** koji se godišnje upute na neko organizirano hodočašće unutar Hrvatske ili izvan nje. Uzimajući u obzir cijenu prijevoza, smještaja (uglavnom jeftinijega), prehrane i pića te kupnju suvenira koji se obvezno kupuju na ovakvim hodočašćima, lako se može izračunati o kojem se iznosu novca radi u ovom segmentu tržišnog i turističkoga poslovanja.

Ovome se također još moraju dodati i hodočašća u naša marijanska svetišta prilikom jakih crkvenih liturgijskih vremena, posebice o marijanskim blagdanima kao što su Velika Gospa, Mala Gospa, Gospa Lurdska i dr. Prema novinskim, televizijskim i crkvenim izvještajima svjedoci smo kako svake godine o blagdanu Velike Gospe (15. kolovoza) u naša marijanska svetišta širom Hrvatske hodočasti veliki broj vjernika, hodočasnika. Prema nekim medijskim pa i crkvenim izvještajima, toga dana bude oko **osamsto tisuća hodočasnika** u svim marijanskim svetištima diljem Hrvatske.

Glede marijanskih svetišta Đakovačko-osječke nadbiskupije, iz razgovora s voditeljima tih svetišta došlo se do sljedećih podataka koje su voditelji svetišta temeljili na osnovi broja podijeljenih pričesti. Najveće nadbiskupijsko marijansko svetište u **Aljmašu** kod Osijeka godišnje posjeti oko 80.000 hodočasnika. Ostala marijanska svetišta godišnje posjeti sljedeći broj hodočasnika: **Slavonski Brod – svetište Gospe od Brze Pomoći** preko 100.000; **Ilača** kod Vinkovaca oko

30.000; **Dragotin** kod Đakova oko 20.000; Šumanovci kod Gunje oko 15.000; **Prkovci** nedaleko Vinkovaca oko 6.000 hodočasnika. Dakle, samo u važnijim marijanskim svetištima Đakovačko-osječke nadbiskupije godišnje hodočasti preko **250.000 hodočasnika**.

Iz svih ovih statističkih pokazatelja vidimo kako se radi o jednom uistinu velikom i nezanemarivom broju hodočasnika.

Želja mi je, stoga, ukazati na vrijednosti i bogatstvo resursa vjerskoga turizma u Hrvatskoj, a onda konkretno i ponuditi jednu novu koncepciju odnosa prema vjerskom turizmu u nas. Tim više, što se u Hrvatskoj većina resursa vjerskoga turizma nalazi u vlasništvu Crkve. Zbog toga ukazujem na potrebu konkretnije suradnje između Crkve, Ministarstva kulture, Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice (pritom mislim na osnivanje zajedničkih povjerenstava, ureda i dr.) pri čemu bi se stvorile prilike da se razvoj vjerskoga turizma usmjeri i uredi u pravom, održivom razvojnom smjeru. Time bi se sigurno izbjegle one negativnosti koje su već uočene u svijetu i u nas, a čovjeku, vjerniku, koji kreće na putovanje u svoje slobodno vrijeme, omogućilo da na tom putu i u destinaciji uistinu doživi svoj tjelesni odmor, ali isto tako dala bi se mogućnost duhovnoga uzdizanja, kao i psihičkoga i moralnoga usavršavanja ljudske osobnosti. Takav bi stručno planiran razvoj vjerskoga turizma svakako bio način koji bi pomogao sredinama koje žive od turizma da izađu iz nesretnog kruga isključivo sezonskoga tipa turizma, što bi uvelike pripomoglo i konkretnom razvoju lokalne zajednice, posebice onih koje se nalaze u blizini hodočasničkih mjesta, osobito marijanskih svetišta.

## 6. Implementacija vjerskoga turizma u sveukupnu turističku ponudu Hrvatske

Istraživanje provedeno u znanstvenom projektu Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa pod nazivom »Modeli kvalitete i javno-privatno partnerstvo u turizmu Hrvatske« ukazalo je na nepostojanje sinergije između javnoga i privatnoga sektora koje se odražava u nedovoljnoj privlačnosti za ovakvu vrstu selektivnoga turizma (vjerskoga turizma), neefektivnom marketingu, niskoj razini produktivnosti i neuspješnom menadžmentu za prikladan i kvalitativan razvoj vjerskoga turizma u Hrvatskoj. Sinergija javnoga i privatnoga sektora, odnosno suradnja i partnerstvo u turizmu imperativ je bez kojega nije moguće postići napredak. U tom segmentu ključna je uloga države i Crkve koja zahtijeva međuorganizacijske odnose, suradnju i hijerarhiju u svrhu razvoja djelotvornog vjerskoga turizma. Država bi se više nalazila u ulozi stimulatora ulaganja privatnoga sektora, uz pomoć fiskalnih i drugih poticaja, te prevencije i kontrole nesavjesnoga poslovanja, dok bi Crkva trebala dati veću ulogu moderatora razvoja vjerske ponude.

Istraživanje u spomenutom znanstvenom projektu pokazalo je kako se dosadašnji oblici vjerskoga turizma u Hrvatskoj uglavnom nalaze u fazi zrelosti svojega životnog ciklusa i potrebne su mu strukturalne promjene. Razvojem turizma općenito, pa tako i vjerskoga turizma bave se uglavnom hrvatske turističke zajednice brendiranjem hrvatskih turističkih destinacija (zemljopisno definirane, u okviru područja turističkih zajednica). Međutim, pokazalo se kako hrvatske turističke destinacije nemaju sustav upravljanja kvalitetom, pa tako ni standarde koji bi potvrdili sintagmu »hrvatske kvalitete«, hrvatski turistički *brand* općenito, kao prepoznatljivost hrvatske u segmentu vjerskoga turizma i sve ono što taj pojam nosi sa sobom. Također je vidljiv nedostatak ujednačenih standarda kvalitete i destinacijskoga menadžmenta. Proces učenja od najboljih (*Benchmarking*) često je nepoznanica, a uloga destinacijske menadžment-kompanije uglavnom prešutno pripada »najjačoj« hotelsko-ugostiteljskoj tvrtki ili putničkoj agenciji, koju, u pravilu, mnogo više zanima vlastiti profit od dobrobiti destinacije kao cjeline.

Hrvatska tek kreće putem oblikovanja vlastitoga *branda*. Tim putem trebala bi se aktivno uključiti i Crkva, kako bi se u to oblikovanje na ispravan način usadila hrvatska prepoznatljivost, prepoznatljivost kao zemlje srednjoeuropske kršćansko kulturno-povijesne baštine. Međutim, bez kvalitetne baze podataka, odnosno bez potpunih i pravodobnih informacija i znanja, bez suradnje svih sudionika (*stakeholdera*), uključujući i Crkvu, i lokalno stanovništvo, ukratko bez integriranoga menadžmenta nije moguće kvalitetno upravljanje općenito, tj. planiranje, organiziranje, raspolaganje resursima, upravljanje ljudskim potencijalima, vođenje i kontroliranje, upravljanje kvalitetom.

Kako se vjerski turizam često puta isprepliće s kulturalnim turizmom, za uspješan razvoj jednog i drugoga, njihov razvoj potrebno je planirati zajedno. Stoga će se ovdje prikazati prijedlog zajedničkoga sustava upravljanja procesom razvoja vjerskoga i kulturalnoga turizma, te prijedlog njihove implementacije u sveukupnu turističku ponudu Hrvatske.

#### 6.1. PRIJEDLOG SUSTAVA UPRAVLJANJA PROCESOM RAZVOJA VJERSKOGA I KULTURALNOGA TURIZMA U HRVATSKOJ

Procesom razvoja vjerskoga i kulturalnog turizma u Hrvatskoj valja upravljati na dvije razine. **Prva razina, GLOBALNA**, putem **stručnoga vijeća za razvoj vjerskoga i kulturalnoga turizma**.

- Vijeće predstavlja koordinacijsko tijelo sastavljeno od predstavnika Crkve (HBK), Hrvatske turističke zajednice, Ministarstva turizma, Ministarstva kulture, projektnoga tima.

- Donosi strateške smjernice i odluke o glavnim pravcima odvijanja razvoja vjerskoga i kulturalnoga turizma te o izvorima financiranja.

**Druga razina, OPERATIVNA, odnosno TAKTIČKA, putem vjersko-kulturalne menadžment-kompanije.**

- Osnivanjem profesionalne uslužne vjersko-kulturalne menadžment-kompanije predlaže se osnivanje četiriju filijalnih regionalnih kompanija na razini crkvenih metropolija (crkvenih pokrajina) s centrima u Osijeku, Zagrebu, Rijeci i Splitu.
- Vjersko-kulturalna menadžment-kompanija predstavlja učinkovito komunikacijsko središte s jedne i proaktivnu receptivnu kompaniju specijaliziranu za strukturiranje, upravljanje i trženje profiliranoga portfelja selektivnih lokacijskih proizvoda s druge strane.

Dakle, cilj bi bio stvaranje profesionalne uslužne kompanije koja bi raspolagala širokim znanjem o nacionalnim i lokalnim vjersko-kulturalnim specifičnostima, ekspertizama i resursima specijaliziranim za kreiranje i organizaciju susreta, konferencija i drugih događaja, putovanja, logističkih programa.

Ova projektna pozicioniranost nameće novi pojavni oblik i strukturu osnivačkoga kapitala kompanija, u vidu modela **javno-privatne inicijative**.

Javni kapital jamči trajno i sustavno praćenje te kvalitetno uključivanje Crkve i lokalne samouprave u sve projekte, a privatno vlasništvo priželjkivanu dozu operativnosti, izvedbene elastičnosti i poslovne, odnosno tržišne učinkovitosti.

U stvarnosti to znači da se takav kapitalno, mješovito strukturiran sustav lakše prilagođava trendovima na tržištu, brže reagira na promjene, transparentnije pozicionira u odnosu na konkurenciju, te u konačnici trajno i sustavno povećava ukupno zadovoljstvo, kako osnivača tako i krajnjeg korisnika.

## 6.2. PRIJEDLOG IMPLEMENTACIJE SUSTAVA UPRAVLJANJA RAZVOJA VJERSKOGA I KULTURALNOGA TURIZMA U SVEUKUPNU TURISTIČKU PONUDU HRVATSKE

Temeljem strateškoga plana razvoja predviđena je implementacija koja se temelji na prijedlogu modela brendiranja i izbora pilot-projekata kojima je moguće promijeniti percepciju turističke destinacije, kao i na izgradnji kvalitetnoga sustava upravljanja procesom brendiranja temeljenoga na javno-privatnom partnerstvu.

Iz Glavnoga plana razvoja vjerskoga i kulturalnoga turizma Hrvatske, Vijeće za razvoj vjerskoga i kulturnog turizma izabire **modul prodajnih prijedloga** s konkretnim pokaznim (pilot) projektima.

Izabrani projekti predstavljaju promjenu percepcije koji imaju zadatak da izazovu promjenu percepcije destinacije na (nad)biskupijskoj, županijskoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.

U stvarnosti to podrazumijeva pažljiv izbor u **inicijalnoj fazi** od nekoliko pokaznih poduzetničkih projekata za koje se procijeni da će bitno promijeniti percepciju destinacije, koji će se odvijati u selektivnim prostornim dijelovima (nad)biskupije, županije. U **drugoj fazi** senzibilizirat će se gospodarski subjekti da pristupe u partnerski odnos s vjersko-kulturalnom menadžment-kompanijom kao svojevrsnim propulzivnom tržišno-komunikacijskim ujedinjenjem na području regije.

Da bi se učinkovito pokrenuo mehanizam aktivacije idealno bi bilo:

- u **prvoj fazi** izabrati inicijalna namjenska sredstva na razini odabranih regija, radi realizacije pokaznih (pilot) projekata;
- u **drugoj fazi**, u aktivnosti vjersko-kulturalne menadžment-kompanije uključiti pojedine subjekte (javni i privatni sektor) u regiji i po svakom od projekta selektivno zainteresirane partnere i sponzore;
- u **trećoj fazi** vjersko-kulturalna menadžment-kompanija pokrivat će svojim operativnim tržišnim pristupom svih 100% potrebnih sredstava.

Cilj je gospodarska optimizacija na makro i *mezzo* upravljačkim razinama i podizanje efikasnosti svih subjekata, kao pretpostavke ostvarivanja perspektivnoga razvoja, uključujući sve faktore razvoja, i to osobito: ekonomske, sociološke, kulturološke i svakako teološke faktore.

Cjelokupni proces strateškoga sustava upravljanja ima svoje ishodište u krovnoj upravljačkoj strategiji na nacionalnoj razini, ali se u ovom radu težište daje strateškom upravljanju na razini destinacije. Efikasno upravljanje sustavom odredit će ritam i »potencijalni rast« destinacije, njenu sposobnost privlačenja pouzdanih investicija i sposobnost stvaranja osjećaja blagostanja među lokalnim stanovništvom i njenim posjetiteljima, sposobnost očuvanja kulturno-povijesne baštine, kao i zadovoljstvo Crkve zbog prisutnosti ispravno duhovno-teološkoga vodstva vjernika u destinaciji vjerskoga turizma, što isto tako znači postizanje dugoročne održivosti sistema. Osim toga, za određivanje turističke održivosti destinacije potrebno je uspostaviti i sustav kvalitetnoga praćenja i kontrole, prikupljanjem velike serije indikatora koji omogućuju tijesno praćenje konkurentnosti sistema. Drugim riječima, sektorom u vjerskoj turističkoj destinaciji u strateškom smislu potrebno je upravljati i stalno dinamički usklađivati interese svih sudionika.

## 7. Zaključak

U svrhu **razvoja i implementacije vjerskoga turizma u sveukupnu turističku ponudu**, na osnovu višegodišnjega znanstvenog istraživanja turizma, u ovom se radu ukazalo na nepostojanje sinergije između crkvenoga, javnoga i privatnoga sektora koje se odražava u neprepoznatljivosti vrijednosti i bogatstva resursa vjerskoga turizma, te u nedovoljnoj privlačnosti za ovakvu vrstu selektivnoga turizma (vjerski turizam), neefektivnom marketingu, niskoj razini produktivnosti i neuspješnom menadžmentu za prikladan i kvalitativan razvoj vjerskoga turizma u Hrvatskoj. Sinergija crkvenoga, javnoga i privatnoga sektora, odnosno suradnja i partnerstvo u turizmu, imperativ je bez kojega nije moguće postići napredak. U tom segmentu ključna je uloga države i Crkve, koja zahtijeva međuorganizacijske odnose, suradnju i hijerarhiju u svrhu razvoja djelotvornog vjerskoga turizma. Država bi se više nalazila u ulozi stimulatora ulaganja privatnoga sektora, uz pomoć fiskalnih i drugih poticaja, te prevencije i kontrole nesavjesnoga poslovanja, dok bi Crkva sa svojega teološkog i organizacijskog aspekta trebala dati veću ulogu moderatora razvoja vjerske ponude.

Naša zemlja tek kreće putem oblikovanja vlastitoga *branda*. U to bi se trebala aktivno uključiti i Crkva, kako bi se u to oblikovanje na ispravan način usadila hrvatska prepoznatljivost kao zemlje srednjoeuropske kršćansko kulturno-povijesne baštine. Međutim, bez kvalitetne baze podataka, odnosno bez potpunih i pravodobnih informacija i znanja, bez interdisciplinarnе suradnje ekonomije, sociologije, kulturalologije i teologije, dakle, bez suradnje svih sudionika, uključujući i Crkvu i, svakako, lokalno stanovništvo, ukratko bez integriranoga menadžmenta nije moguće kvalitetno upravljanje općenito, tj. planiranje, organiziranje, raspolaganje resursima, upravljanje ljudskim potencijalima, vođenje i kontroliranje, pa tako ni upravljanje kvalitetom u održivom turizmu.

Vjerski turizam, stoga, predstavlja turističku stvarnost, ali nikako nije i završetak turističkoga razvoja Hrvatske, već je cilj da razvojem vjerskoga turizma, unutar sveopćega razvoja selektivnih oblika turizma, Hrvatskoj omogući prepoznatljivost kao turističke destinacije srednjoeuropske kršćanske kulturno-povijesne baštine, koja je privlačna, ako ne cijele godine, ali ono svakako u većem dijelu godine i na taj način osigurava uspješnu održivost turizma u interesu svih uključenih subjekata, te pozicioniranje na europskom i svjetskom turističkom tržištu u atraktivnu turističku destinaciju s diversificiranim turističkim proizvodima na širem prostoru Hrvatske.



## **THE CONTRIBUTION OF THE CATHOLIC CHURCH IN THE DEVELOPMENT OF RELIGIOUS TOURISM AND ITS IMPLEMENTATION INTO THE OVERALL TOURIST OFFER<sup>29</sup>**

**Tomislav Korov\***

### **Summary**

*Faith has always been an important part of human civilization and has greatly determined its ways and accomplishments. In terms of tourism, one of the oldest motifs for travel was precisely faith. The development of technology, especially transport, enabled a greater number of people to travel. The characteristics of pilgrimage and what accompanies pilgrimage has led to the development of a new phenomenon of economy called tourism. Despite the huge developments in technics, technology, science, as well as in the general progress of humanity that has fundamentally changed the way people live, the ancient religious motives for travel have remained for a large number of people and such travels have found their place in the complex mechanism of tourist migration, as a special interest of tourism called religious tourism. Croatia, as a country rich in historically and artistically extremely valuable religious objects and already well-visited shrines, and as a predominantly Christian country, has great potential for further development of religious tourism. However, due to a number of political-ideological and unscientific reasons there is no scientific and objective analysis of the development of religious tourism in Croatia. The subject of this paper is to show the attitude of the Catholic Church towards the religious tourism, and on the basis of some statistical indicators of pilgrims in Croatia to point to the value and wealth of resources of religious tourism in Croatia. In the end we will offer a new concept of dealing with religious tourism in Croatia through a concrete proposal for the development of religious tourism and its implementation in the overall tourist offer of Croatia in accordance with the principles of sustainable development, in which the Church should be given a greater role as a moderator of the development of religious offer.*

**Keywords:** *pilgrimage, tourism, religious tourism, the Catholic Church, sustainable development.*

---

<sup>29</sup> This Work was accepted and presented at the International conference »Pilgrimage and Sacred Places in Central and Eastern Europe: Place, Politics and Religious Tourism«, organized by the University of Zadar, in Zadar, September 27th – 30th 2012.

\* Mr. sc. Tomislav Korov, Priest Đakovo-Osijek Archdiocese, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management, Opatija, Croatia, Postgraduate Doctoral Study »Management of Sustainable Development«, Primorska 42, HR-51410 Opatija, tomlav.korov1@sb.t-com.hr